

## Fungsi Komunikasi Pembangunan Dalam Meningkatkan Wisata di Kampung Lama

Irma Yusriani Simamora<sup>1</sup>, Alya Hamzah Panggabean<sup>2</sup>, Riska Amanda Pratiwi<sup>3</sup>, Vania Daffa Yusriyah Daulay<sup>4</sup>, Yughni Faidah<sup>5</sup>

Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara<sup>12345</sup>

[irmayusrianisimamora@uinsu.ac.id](mailto:irmayusrianisimamora@uinsu.ac.id)<sup>1</sup>, [alyahamzah19@gmail.com](mailto:alyahamzah19@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[riskaamanda76521@gmail.com](mailto:riskaamanda76521@gmail.com)<sup>3</sup>, [vaniadaffa@gmail.com](mailto:vaniadaffa@gmail.com)<sup>4</sup>, [yughnifaidah@gmail.com](mailto:yughnifaidah@gmail.com)<sup>5</sup>

Jl. William Iskandar Ps. V, Medan Estate, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20371

Korespondensi penulis : [irmayusrianisimamora@uinsu.ac.id](mailto:irmayusrianisimamora@uinsu.ac.id)

**Abstract.** *In this study, we examined about a tourism that is famous for its culture. Introduction to culture and history that is the main destination on this tour, namely the old comrades located in the old village, Labu Beach. Culture is a legacy from ancestors that must continue to be developed, but because of the many factors that make culture farther from civilization, making the next generation forget and even do not know the existing heritage. Technology is one way to know a culture that has long been lost and even forgotten. In addition, kawan lama tourism is a way to introduce the culture in the old kampung village, the culture is in the form of Malay customs, both dances, typical foods, traditional clothes and traditional Malay tools.*

**Keywords:** *development communication, tour kawan lama, tourist attraction.*

**Abstrak.** Dalam penelitian ini, kami meneliti tentang sebuah wisata yang terkenal dengan adanya budaya didalamnya. Pengenalan budaya serta sejarah yang menjadi tujuan utama pada wisata ini, yaitu kawan lama yang terletak di kampung lama, Pantai Labu. Budaya merupakan warisan dari nenek moyang yang harus terus di kembangkan, namun karena banyak nya faktor faktor yang menjadikan budaya semakin jauh dari peradaban, membuat generasi penerus lupa bahkan tidak tau dengan warisan yang ada. Teknologi menjadi salah satu cara untuk mengetahui budaya yang telah lama hilang bahkan di lupakan. Selain itu juga, wisata kawan lama menjadi cara untuk pengenalan budaya yang ada di desa kampung lama, budaya tersebut berupa adat Melayu, baik tariannya, makanan khasnya, pakaian adatnya dan alat alat tradisional Melayu.

**Kata kunci:** komunikasi pembangunan, wisata kawan lama, objek wisata.

### LATAR BELAKANG

Sebagai manusia yang ingin hidup terus berkembang dengan modal pengetahuan yang ada untuk melakukan perubahan, banyak upaya yang dilakukan berupa mengembangkan yang sudah ada, atau membuat suatu yang baru. Dengan melakukan pembangunan, baik fisik maupun non fisik banyak melewati tahapan tahapan yang panjang, maka dari itu, komunikasi lah yang menjadi jembatan dalam penghubung maupun cara untuk melewati tahapan yang panjang tersebut. Dalam penelitian ini, kami meneliti tentang sebuah wisata yang terkenal dengan adanya budaya didalamnya.

Pengenalan budaya serta sejarah yang menjadi tujuan utama pada wisata ini, yaitu kawan lama yang terletak di kampung lama, Pantai Labu. Budaya merupakan warisan dari nenek

moyang yang harus terus di kembangkan, namun karena banyak nya faktor faktor yang menjadikan budaya semakin jauh dari peradaban, membuat generasi penerus lupa bahkan tidak tau dengan warisan yang ada. Teknologi menjadi salah satu cara untuk mengetahui budaya yang telah lama hilang bahkan di lupakan. Selain itu juga, wisata kawan lama menjadi cara untuk pengenalan budaya yang ada di desa kampung lama, budaya tersebut berupa adat Melayu, baik tariannya, makanan khasnya, pakaian adatnya dan alat alat tradisional Melayu. Semakin berkembangnya zaman, sejarah juga semakin jauh dari kehidupan manusia, maka dengan adanya wisata ini, membuat banyak perubahan bagi kehidupannya sekarang ini, anak muda dapat mengetahui sejarah yang sudah terjadi di zaman dahulu melalui wisata ini.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang di gunakan adalah metode kualitatif, berdasar kan observasi lapangan secara langsung yang dilakukan oleh para penulis untuk mencari tahu kebenaran yang akurat sesuai dengan objek penelitian. Namun bukan hanya terjun ke lapangan saja dan melihat bagaimana keadaan objek, tetapi penulis juga melakukan wawancara langsung terhadap tiga narasumber, yaitu pengunjung, penjual, serta pengelola. Selain itu penulis mencari data melalui bacaan atau jurnal sebagai bahan rujukan yang akurat. Metode penelitian merupakan cara yang dilakukan untuk meneliti sebuah objek yang menghasilkan sebuah kebenaran sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya. Sehingga dengan metode atau pendekatan kualitatif memberikan jawaban atau informasi yang sesuai dengan objek penelitian dan terbukti kebenarannya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Pengertian Komunikasi Pembangunan dan Infrastruktur Wisata Kawan Lama**

Komunikasi pembangunan merujuk pada proses penyampaian informasi, nilai, dan pesan untuk memobilisasi partisipasi masyarakat dalam upaya pembangunan suatu daerah atau komunitas. Tujuan utama dari komunikasi pembangunan adalah untuk meningkatkan kesadaran, pemahaman, dan keterlibatan masyarakat dalam berbagai program pembangunan yang dilaksanakan oleh pemerintah atau lembaga pembangunan. Komunikasi pembangunan melibatkan interaksi antara pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, masyarakat, sektor swasta, dan organisasi non-pemerintah.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Zulkarimen Nasution, *Komunikasi Pembangunan, Pengenalan Teori Dan Penerapannya*, (Jakarta: PT. Raja grafindo) h.142

Infrastruktur wisata Kawan Lama merujuk pada rangkaian fasilitas fisik dan non-fisik yang dikembangkan untuk mendukung dan meningkatkan sektor pariwisata di wilayah Kawan Lama. Infrastruktur wisata mencakup berbagai elemen, seperti transportasi, akomodasi, fasilitas rekreasi, pelayanan kesehatan, dan lainnya yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dan meningkatkan pengalaman mereka saat berkunjung ke daerah tersebut. Pembangunan infrastruktur wisata bertujuan untuk mengembangkan potensi pariwisata, meningkatkan perekonomian lokal, dan menciptakan lapangan kerja.<sup>2</sup>

Dengan kata lain, komunikasi pembangunan dan infrastruktur wisata Kawan Lama saling terkait dalam konteks pengembangan wilayah tersebut. Komunikasi pembangunan dapat digunakan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat tentang rencana pembangunan infrastruktur wisata, merangsang partisipasi mereka, dan membangun pemahaman bersama mengenai manfaat dari pengembangan sektor pariwisata. Sementara itu, pembangunan infrastruktur wisata menciptakan dasar fisik yang diperlukan untuk menarik wisatawan dan memberikan dukungan bagi pertumbuhan ekonomi lokal.<sup>3</sup>

Menurut *American Public Works Association* infrastruktur adalah fasilitas-fasilitas fisik yang dikembangkan atau dibutuhkan oleh agen-agen publik untuk fungsi-fungsi pemerintahan dalam penyediaan air, tenaga listrik, pembuangan limbah, transportasi dan pelayanan-pelayanan similar untuk memfasilitasi tujuan-tujuan sosial dan ekonomi. Berdasarkan pengertian infrastruktur tersebut maka infrastruktur merupakan sistem fisik yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia dalam lingkup sosial dan ekonomi.<sup>4</sup>

Secara teknik, pengertian infrastruktur dijelaskan sebagai aset fisik yang dirancang dalam sistem sehingga memberikan pelayanan publik yang penting. Oleh karena itu, infrastruktur merupakan bagian-bagian berupa sarana dan prasarana (jaringan) yang tidak terpisahkan satu sama lain yang didefinisikan dalam suatu sistem. Pengertian Infrastruktur, menurut Grigg infrastruktur merupakan sistem fisik yang menyediakan transportasi, pengairan, drainase, bangunan gedung dan fasilitas publik lainnya, yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia baik kebutuhan sosial maupun kebutuhan ekonomi.<sup>5</sup>

---

<sup>2</sup>I Ketut Suwena & I Gusti Ngurah Widyatmaja, *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*, (Pustaka Larasan) h.163

<sup>3</sup>Ibid h.167

<sup>4</sup>Neil S & Grigg, *Infrastructure Engineering and Management*

<sup>5</sup>Vina Maria Ompusunggu, *Dampak Pembangunan Infrastruktur Jalan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat Di Desa Semangat Gunung, Kabupaten Karo, Sumatera Utara*

Pada awalnya Kawan Kamu area hanya ditumbuhi pepohonan bambu, pohon melinjo, dan ilalang dengan jalan pintasan desa. Namun oleh Dedi Sofyan dan beberapa orang rekanannya, Brama Kumbara dan Solihin, dengan segala ide kreatif akhirnya mereka mengubahnya menjadi tempat yang dapat dikatakan wisata desa yang kini diminati karena konsep sarapan pagi yang unik dan menarik. Ada banyak spot menarik untuk berfoto dan tersedia kuda yang bisa disewa juga.

Begitulah Pasar Kamu kawan lama terus bertumbuh, pekan Sarapan ini menjadi tempat tujuan wisata kuliner yang memberikan pengalaman sarapan pagi yang tidak biasa. Dari Kota Medan berjarak tempuh sekitar 45 menit. Tempat terbuka yang teduh, suasana perkampungan dengan pepohonan yang rindang menambah asri menjadi daya tarik tersendiri sebagai lokasi sarapan pagi. Awalnya, hanya 30 pedagang yang berjualan disini. Sekarang terdapat 220 menu, baik minuman dan makanan yang dijual 152 pedagang Pekan Sarapan. Jumlah wisatawan yang datang ke Pasar Kamu sekitar 700 sampai 800 orang sehari. Sebagian besar dari luar Pantai Labu, terutama dari Kota Medan dan Kota Lubukpakam, ibu kota Kabupaten Deli Serdang.

Pasar kawan lama ini merupakan simbol dari kebangkitan ekonomi daerah, awal mula berkembangnya wisata kampoeng lama ini sejak terjadinya pandemi COVID-19 di tahun 2020 hingga hari ini. Wisata kawan lama ini termasuk yang tertinggi pengembangannya. Membangun desa wisata ini juga membutuhkan master plan, karena tujuan pembangunan yang utama adalah membangun SDM. Fasilitas di wisata kampoeng lama ini sudah menyediakan toilet yang cukup bagus dan tempat parkir yang luas untuk pengunjung. Wisata kawan lama belum mendapatkan dukungan dari pemerintah kabupaten deli serdang sehingga sarana di wisata tersebut masih terbatas seperti wisata ini hanya memiliki 1 toilet yang tidak seimbang dengan jumlah pengunjung disana. Tetapi untuk keadaan jalan menuju wisata kampoeng lama ini sudah cukup bagus karena jalan menuju kampoeng lama ini sudah diaspal dan memiliki keindahan alam, berupa hijaunya petak-petak sawah yang membentang menjadikan spot pendukung bagi pengunjung untuk datang terutama di hari minggu. H. Rahudman dan Dedi Sofyan yang koordinator di pasar kawan lama yang juga kader partai Nasdem berjanji akan mendukung pembenahan sarana pendukung pasar ini.

## **2. Peran Komunikasi dalam Pembangunan Wisata Kawan Lama**

### **a. Peran komunikator**

Komunikator adalah orang yang menyampaikan suatu informasi atau pesan kepada komunikan yaitu khlayak ramai, seperti masyarakat daerah, maupun luar daerah dengan

menggunakan alat atau media yang dapat menghubungkan dan tidak terbatas ruang dan waktu. Dalam pembangunan suatu tempat wisata, peran komunikator sebagai promosi keindahan tempat, keunikan, perbedaan yang membuat ketertarikan, serta kelebihan baik dari segi tempat, makanan khas, atau pun budaya yang melekat pada tempat tersebut.<sup>6</sup>

Komunikator bias muncul dari mana saja, baik dari masyarakat dalam, maupun masyarakat luar. Dalam komunikasi pembangunan komunikator tidak harus pemerintah, bisa saja meliputi LSM, Organisasi, atau individu yang memiliki tujuan yang sama, yaitu melakukan perubahan dengan cara memberitahu kepada khalayak luas tentang tempat wisata kewan lama. Media menjadi komunikator yang paling berperan dalam pembangunan wisata kewan lama, karena banyaknya penyebarluasan informasi tentang wisata melalui media yang dapat meningkatkan penjualan produk maupun pengenalan budaya melalui sosial media dengan membuat konten menarik yang sesuai dengan selera pasar, selain itu penyebaran informasi dapat berlangsung begitu cepat, hanya hitungan menit maupun detik, sehingga semua orang dimana pun dan kapan pun dapat mengetahui informasi tersebut.

Dalam pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM), komunikator disini adalah pengelola tempat wisata, ia memberikan arahan melalui seminar maupun rapat mingguan, guna meningkatkan anggota sebagai upaya pembangunan tempat wisata kewan lama.

b. Peran Komunikator

Komunikator adalah lawan bicara komunikator yang memberikan respon baik maupun sebaliknya dari pesan yang disampaikan. Komunikasi dapat dikatakan efektif apabila *feedback* atau umpan balik yang diberikan komunikator sesuai dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator. Peran komunikator disini sebagai penikmat dari wisata kewan lama, seperti para pengunjung yang menikmati keindahan tempat, makanan, dan tari tradisional khas Melayu, Jawa dan Batak. Mereka yang menikmati serta memberikan penilaian bagaimana bentuk tempat wisata tersebut. Selain itu, melalui komunikator dapat melakukan penyebarluasan tentang wisata, mereka mengupload foto maupun video ke media sosial dari yang diambil ketika mereka berada di tempat wisata. Komunikator juga berasal dari penjual, mereka mendapatkan arahan maupun seminar yang dilakukan oleh pengelola yang berperan sebagai komunikator untuk memberikan

---

<sup>6</sup>Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo), h.24

arahan kepada para penjual maupun pihak yang terlibat dalam pembangunan tempat wisata kampung lama.

c. Peran Pesan

Pesan adalah informasi yang disampaikan dari komunikator kepada komunikan baik secara verbal yaitu tatap muka, maupun nonverbal melalui perantara. Komunikasi dapat dikatakan efektif apabila pesan yang di sampaikan kepada komunikan sesuai dengan apa yang di sampaikan oleh komunikator dan memiliki tujuan yang sama, atau sama makna. Pesan yang disampaikan pada tempat wisata kawan lama ini adalah budaya Melayu, Jawa dan Batak yang disampaikan melalui tarian, makanan, musik, serta pakaian adat yang di gunakan. Pesan yang di sampaikan bukan hanya berupa informasi, melainkan hiburan, pengetahuan, maupun nasihat.

Selain di sampaikan secara langsung, pesan juga di sampaikan melalui media informasi lainnya, seperti media sosial, maupun papan pengumuman yang setiap minggunya berisi informasi kegiatan apa saja yang ada di wisata kawan lama, baik jenis tarian yang di sajikan, jenis musik, maupun kegiatan lain yang berasal dari dalam maupun dari luar seperti acara ulang tahun tempat wisata yang menghadirkan tokoh masyarakat maupun artis daerah.

d. Peran Media

Media adalah alat yang menjadi perantara dalam penyampaian pesan kepada khalayak. Dengan adanya media, tidak ada lagi hambatan untuk menyampaikan maupun menerima pesan yang berbeda ruang dan waktu. Semakin berkembangnya media teknologi informasi, masyarakat juga terus mengembangkan media. Selain itu perkembangan Sumber Daya Manusia (SDM) juga tidak tertinggal, masyarakat terus mencari tau tentang perkembangan media, baik dalam pembuatan media baru maupun penikmat media.

Media berperan sangat penting dalam pembangunan wisata kawan lama, banyak masyarakat yang mengetahui wisata ini, melalui media sosial, seperti *facebook*, *instagram*, maupun *whatsApp*. Banyak pengunjung dari luar Sumatera bahkan luar Indonesia yang hadir karena melihat keindahan serta ke khasan budaya yang awalnya melihat dari media sosial.

Inovasi baru tentang pembangunan wisata juga di dapatkan dari media sosial. Pengelola mendapatkan ide untuk membuat konten menarik sesuai selera pasar melalui media yang kemudian di sebarluaskan juga melalui media sosial. Selain itu, banyak media khas yang di gunakan oleh pengelola untuk memberikan informasi kepada pengunjung,

contohnya batok kelapa kemudian di ukir dan di namakan tempu menjadi media yang di gunakan sebagai alat tukar menukar pengganti uang. Satu tempu seharga Rp. 2000, dan setiap pembelian seharga 1-7 tempu yaitu seharga Rp.14.000.

Media lain yang di gunakan yaitu musik tradisional, alat musik tradisional, pakaian adat, lagu tradisional dan tempat makan maupun tempat minum yang khas, selain itu ada permainan khas zaman dulu seperti enggrang.

e. Peran Efek

Efek adalah hasil dari komunikasi dengan adanya perubahan yang di alami pada komunikan setelah mendapatkan pesan dari komunikator. Efek yang di timbulkan oleh komunikan akan sebagai cerminan dari pesan yang telah di terima. Apabila efek nya baik, maka komunikasi dapat dikatakan efektif, karena tujuan dari komunikasi adalah merubah komunikannya ketika selesai mendapatkan pesan

Efek yang terjadi pada pembangunan wisata kawan lama yaitu pengetahuan yang di dapatkan oleh komunikan (pengunjung) tentang wisata ini melalui budaya sebagai ciri khas tempat wisata tersebut. Selain itu, efek yang di timbulkan yaitu peningkatan jumlah pengunjung serta pendapatan yang setiap minggunya terus meningkat, sehingga meningkat pula pemasukan para pengelola maupun penjual.<sup>7</sup>

### **3. Strategi Komunikasi Pembangunan Dalam Mempromosikan Objek Wisata Kawan Lama**

Strategi dipahami sebagai perencanaan serta menejemen untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan. Dalam upaya untuk mencapai tujuan tersebut bahwa strategi berfungsi sebagai peta penunjuk arah jalan dan juga berfungsi sebagai penunjuk melakukan sebagaimana taktik operasionalnya. Strategi merupakan keseluruhan keputusan kondisional tentang suatu tindakan yang dijalankan. Strategi komunikasi merupakan bagian dari perencanaan komunikasi dalam mencapai tujuan yang ingin dicapai. komunikasi berfungsi menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif dan memiliki nilai-nilai informasi yang besar, persuasif yang dapat mempengaruhi audiensnya secara perlahan, instruktif pesannya bersifat memerintah. Dalam industri pariwisata yang berkembang pesat, persaingan menjadi semakin tinggi, sehingga strategi promosi destinasi wisata semakin penting peranannya.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup>Soetomo, *Strategi-Strategi Pembangunan Masyarakat* (Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2013)h.7

<sup>8</sup>Hafied Cangara, *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*, (Jakarta: Gravindo Persada)

Strategi komunikasi pembangunan melibatkan penggunaan berbagai metode untuk menyampaikan informasi, tujuan, dan rencana pembangunan kepada masyarakat, pemerintah, dan pihak-pihak terkait. Ini meliputi pendekatan seperti kampanye penyuluhan, pemanfaatan media massa, penggunaan teknologi informasi, keterlibatan aktif dalam dialog dan diskusi, serta kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan untuk mencapai tujuan pembangunan yang berkelanjutan dan inklusif. Dalam mempromosikan objek wisata kawan lama bisa menggunakan salah satu strategi komunikasi yaitu menyebarkan informasi seputar wisata kawan lama melalui media massa.

Wisata kawan lama mulai berdiri sejak tahun 2019 dan mulai dikenalkan kepada warga sekitar melalui seminar dan promosi langsung dengan mulut ke mulut sehingga saat itu masih sedikit orang yang tahu. Saat awal terbentuknya tempat tersebut hanya ada 4 stand pedagang. Seiring berjalannya waktu para pedagang dan beberapa pengunjung yang datang mulai memposting dan mempromosikan tempat tersebut sehingga menarik orang lain untuk berkunjung dan menarik orang lain untuk membuka stand berjualan di tempat tersebut, sehingga untuk saat ini sudah ada lebih dari 40 stand penjual. Tak hanya sebagai wisata kuliner tempat ini juga merupakan tempat wisata yang mengenalkan budaya yang ada di Indonesia khususnya budaya Melayu dengan menampilkan tarian-tarian Melayu serta alat musik kuno menambah daya tarik masyarakat untuk berkunjung dan melihat keunikan tempat wisata tersebut.<sup>9</sup>

Saat ini wisata kawan lama sudah dikenal banyak orang karna keunikan didalam nya, hal tersebut mulai dikenal luas oleh banyak orang yang ada di Sumatera berkat adanya media komunikasi massa dan platform media sosial, melalui media sosial memudahkan orang lain untuk menyebarkan informasi dan membuat pembangunan wisata tersebut berkembang pesat dan semakin ramai pengunjung, hal tersebut memberi dampak yang cukup besar terhadap perkembangan ekonomi warga sekitar.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Komunikasi pembangunan dan infrastruktur wisata Kawan Lama saling terkait dalam konteks pengembangan wilayah tersebut. Komunikasi pembangunan dapat digunakan untuk

---

<sup>9</sup>Fatur Rohman & Dendy Andriyanto, *Strategi komunikasi pembangunan pariwisata Madura*, Jurnal Public Corner Fisip Universitas Wiraraja, Vol 17



menyampaikan informasi kepada masyarakat tentang rencana pembangunan infrastruktur wisata, merangsang partisipasi mereka, dan membangun pemahaman bersama mengenai manfaat dari pengembangan sektor pariwisata. Sementara itu, pembangunan infrastruktur wisata menciptakan dasar fisik yang diperlukan untuk menarik wisatawan dan memberikan dukungan bagi pertumbuhan ekonomi lokal.

Peran komunikator adalah orang yang menyampaikan suatu informasi atau pesan kepada komunikan yaitu khlayak ramai, seperti masyarakat daerah, maupun luar daerah dengan menggunakan alat atau media yang dapat menghubungkan dan tidak terbatas ruang dan waktu. Peran komunikan disini sebagai penikmat dari wisata kawan lama, seperti para pengunjung yang menikmati keindahan tempat, makanan, dan tarian khas Melayu, Jawa dan Batak. Mereka yang menikmati serta memberikan penilaian bagaimana bentuk tempat wisata tersebut. Pesan yang disampaikan pada tempat wisata kawan lama ini adalah budaya Melayu, Jawa dan Batak yang disampaikan melalui tarian, makanan, musik, serta pakaian adat yang di gunakan. Media berperan sangat penting dalam pembangunan wisata kawan lama, banyak masyarakat yang mengetahui wisata ini, melalui media sosial, seperti *facebook*, *instagram*, maupun *whatsApp*. Efek yang di timbulkan yaitu peningkatan jumlah pengunjung serta pendapatan yang setiap minggunya terus meningkat, sehingga meningkat pula pemasukan para pengelola maupun penjual.

Strategi komunikasi pembangunan melibatkan penggunaan berbagai metode untuk menyampaikan informasi, tujuan, dan rencana pembangunan kepada masyarakat, pemerintah, dan pihak-pihak terkait. Ini meliputi pendekatan seperti kampanye penyuluhan, pemanfaatan media massa, penggunaan teknologi informasi, keterlibatan aktif dalam dialog dan diskusi, serta kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan untuk mencapai tujuan pembangunan yang berkelanjutan dan inklusif.

## **DOKUMENTASI**

1. Gapura Desa Kampoeng Lama



2. Tempu (Alat Pembayaran di wisata Kawan Lama)





### 3. Pemain Alat Musik Tradisional



4. Beragam Jajanan Tradisional dan Pengunjung dari berbagai Daerah



## DAFTAR REFERENSI

- Abdul Hadi, M. A. (2021). *PENELITIAN KUALITATIF : STUDY*. CV. Pena Persada.
- Arifin, S. A. (2022). Strategi komunikasi pembangunan pariwisata Madura. *Public Corner Fisip Universitas Wiraraja*, 111-126.
- Cangara, H. (2009). *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta: Gravindo Persada.
- Cangara, H. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Neil S, G. (n.d.). *Infrastructure Engineering and Management*.
- Soetomo. (2013). *Strategi-Strategi Pembangunan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Vina Maria Ompusunggu, S. M. (n.d.). Dampak Pembangunan Infrastruktur Jalan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat.